

# **JURNAL ILMIAH BINUS**



## **Fungsi Perhiasan / Aksesori Pada Periklanan: Studi Kasus Pada Mata Kuliah Desain Komunikasi Visual 1**

**Yusaira Farhia S.Sn, M.Sn**

**D 3667**

**New Media**

**School of Design**

**BINUS UNIVERSITY**

**2020**

## ABSTRAK

Pembahasan mengenai pentingnya makna perhiasan (aksesori) dalam sebuah media beriklan masih sangat minim. Padahal di area periklanan, komunikasi yang disampaikan pada setiap citra menjadi begitu penting guna mencapai sasaran yang tepat dalam menyampaikan pesan. Jurnal berdasar dari penelitian ini ditujukan untuk menyampaikan betapa pentingnya pemakaian perhiasan yang melekat pada tubuh sebagai salah satu strategi dalam beriklan. Dengan menggunakan perhiasan yang tepat, maka target *audiens* akan menilai sebuah iklan dari sudut pandangnya yang kemudian akan merasuk sehingga memiliki kelekatan erat dengan iklan tersebut. Hal ini ditujukan untuk melatih mahasiswa dalam mengungkap makna sebuah metafora dari kata sifat yang tertuang melalui wujud cerita dalam dua dimensi melalui media penyematan perhiasan. Hal ini penting mengingat perhiasan merupakan salah satu simbol dalam berkomunikasi. Dalam hal ini, mahasiswa sebagai objek penelitian dirasa perlu mendapatkan pembelajaran mengenai betapa pentingnya perhiasan sebagai salah satu simbol penyematan makna yang tertuang di dalam konsep desain yang mereka kerjakan. Target yang diharapkan dari penelitian ini adalah mahasiswa mampu memberikan makna metafora baik secara denotatif, konotatif, maupun simbolik, melalui penyematan perhiasan. Diharapkan, mahasiswa juga mampu mempertahankan pengetahuannya mengenai makna perhiasan di dalam dunia bekerja yang berhubungan dengan periklanan ke depannya.

Kata Kunci: Perhiasan, Simbol, Metafora, Periklanan.

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hegemoni berselimut modernitas telah mengubah dunia, kesempurnaan menjadi tolok ukur dan kacamata kaum urban dengan segala kebudayaan populer yang berkelindan di sekitar kita. Pengalaman estetika kaum urban didominasi oleh penampilan visual yang tak jarang lepas dari nyata. *Fashion*, termasuk perhiasan atau aksesoris (yang selanjutnya akan ditulis sebagai perhiasan) di dalamnya turut andil dalam hal ini. Manusia sendiri telah menggunakan perhiasan berabad lamanya untuk sejumlah alasan, umumnya untuk memperbaiki fisik, tampilan artistik, bahkan sebagai pembawa atau simbol makna pribadi (pesan) - seperti cinta, berkah, atau bahkan keberuntungan (Kunz, PhD, DSc, George Frederick, 1917: 4-5). Hal inilah yang membuat perhiasan menjadi begitu berharga dengan berbagai macam fungsinya. Tentu saja perhiasan yang dimaksud di sini bukan hanya seputar gelang atau kalung yang sering disemat para wanita, kaum urban kini menjadikan tas, sepatu, topi, jam, dan masih banyak perhiasan atau yang sering kita sebut dengan aksesoris sebagai sebuah *statement* akan jati dirinya.

Pada dasarnya manusia tak terkecuali manusia urban membutuhkan perhiasan (ornamen) karena hal tersebut akan membawa kepuasan akan kebutuhan dari aspek fisik dan psikologis manusia sebagai pemakai ornamen, juga sebagai bentuk komunikasi dengan alam sadar dan bawah sadar pemakai, berupa simbol yang memiliki makna melampaui apa yang secara lahiriah terlihat. Simbolisme visual ada di keseharian kita, simbol memiliki makna yang jauh lebih banyak daripada kita sadari, simbol memancarkan pesan yang sering ditangkap hanya dalam keadaan di bawah sadar (Oppi Untracht, 2011: 6-7). Baik laki-laki maupun perempuan terutama di wilayah urban kini mengkomunikasikan diri melalui perhiasan. Pada suatu masyarakat tradisional, selain memiliki fungsi guna atau manfaat, perhiasan sering kali memiliki fungsi lain seperti fungsi status simbol, maupun ritual keagamaan, pada motif-motif tertentu terdapat kandungan nilai, harapan, dan sebagainya. Orang yang memiliki kedudukan sosial tinggi berbeda perhiasannya dengan orang yang status sosialnya lebih rendah. Hal inilah yang menjadikan perhiasan memiliki makna terselubung dalam berkomunikasi. Komunikasi adalah tentang mengirim pesan dan komunikasi membuat individu menjadi anggota komunitas (Barnard, Malcolm, 2011: 37-43). Dunia urban yang menuntut ilusi kesempurnaan diwujudkan salah satunya dengan glamoritas perhiasan, dan tak jarang manusia urban pun ikut berlomba mengkomunikasikan dirinya

dengan melengkapi diri melalui representasi perhiasan.

## **1.2 Permasalahan**

Dunia periklanan terus berkembang, ide yang bermunculan harus bersaing ketat merangkul manusia sebagai target market. Dibutuhkan ide yang tidak biasa untuk menyampaikan pesan dalam beriklan. Penyampaian pesan secara denotatif mulai dianggap membosankan dan gampang dilupakan. Pekerja periklanan harus memiliki ide menarik yang dapat disampaikan bukan hanya melalui makna denotatif, tapi juga makna konotatif. Hal ini tentunya harus dilatih sedari sang desainer masih menjadi calon desainer utamanya mahasiswa. Mahasiswa harus mampu berpikir melampaui jaman, dengan cara mengerti betul pola pikir jaman dahulu sampai dengan sekarang, sedikit banyak pola pikir ini telah tertanam melalui asupan nilai budaya.

Walaupun budaya terhampar di berbagai belahan dunia, dunia seni dan desain mampu melampaui batasan geografis, ia memiliki kemampuan untuk menyatukan umat manusia dengan bahasanya yang universal. Budaya menyematkan perhiasan pada tubuh tumbuh dan membentuk cara pandang terhadap lingkungannya. Peletakan, bahan, warna dan motif mempunyai makna tersendiri yang tertanam di benak kita sekian lamanya. Dari hal inilah timbul sebuah gagasan untuk melakukan riset mengenai simbol perhiasan dalam bentuk metafora, yang belum pernah secara spesifik dibahas pada mata kuliah Desain Komunikasi Visual 1 (DKV 1). Di mana, mata kuliah tersebut merupakan salah satu ujung tombak awal mula pemberian latihan kepada mahasiswa semester awal untuk dapat berpikir kreatif dalam dunia periklanan nantinya. Sejauh peneliti mengajar, belum pernah melihat ataupun ikut andil dalam sebuah ide di mana perhiasan menjadi salah satu contoh khusus pentingnya penyampaian komunikasi melalui bentuk simbol perhiasan pada karyanya.

## **1.3 Tujuan Khusus**

Pembahasan mengenai pentingnya makna perhiasan dalam sebuah media beriklan masih sangat minim. Padahal, di dalam area periklanan sebuah komunikasi yang disampaikan setiap citra menjadi begitu penting guna mencapai sasaran yang tepat dalam menyampaikan pesan. Penelitian yang diajukan ini ditujukan untuk menyampaikan betapa pemakaian perhiasan yang melekat pada tubuh menjadi begitu penting sebagai salah satu strategi komunikasi dalam beriklan. Hal ini juga merupakan bahan ajar yang tepat kepada mahasiswa khususnya di mata kuliah dasar yang bersinggungan dengan periklanan seperti mata kuliah DKV 1. Khususnya, penelitian ini bertujuan membawa mahasiswa untuk berpikir dilevel

yang lebih dari biasanya, di mana hal ini sangat dibutuhkan pada dunia periklanan yang pada prosesnya memerlukan ide *out of the box*.

#### **1.4 Urgensi**

Untuk mencapai hal tersebut di atas, maka diperlukan studi literatur, observasi melalui iklan itu sendiri, dan penelitian khusus terhadap mahasiswa School of Design BiNus University. Peneliti menganggap perlu dilakukannya tahap pengembangan pembelajaran pada mata kuliah DKV 1, di sini mahasiswa mulai diperkenalkan dengan cara dan sudut pandang periklanan paling dasar. Mengingat hal ini belum banyak ditekankan dalam studi dibidang desain, maka penelitian ini menjadi momen yang tepat sebagai media penyampaian studi ke depannya. Dengan penelitian ini diharapkan komunikasi dengan makna konotatif yang tersemat melalui simbol perhiasan dalam media beriklan bisa membawa banyak manfaat bagi mahasiswa dan manusia kreatif yang bergelut dengan periklanan.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Bila berbicara mengenai perhiasan, maka tak pelak Indonesia adalah salah satu lahan subur pencipta logam yang dijadikan perhiasan dengan kegunaannya yang beragam. Pada masanya, perhiasan menjadi simbol dari status dan moral tertinggi, misalnya saja makna kepemilikan moral superior dan status spiritual pada perhiasan emas di kerajaan Hindu, atau penyematan gelar kebangsawanan bagi pemakai ornamen emas pada masyarakat dengan kepercayaan animisme di Nias, Toraja, dan Nusa Tenggara (Anne Richter, 1994: “*Art and crafts of Indonesia*”). Perhiasan tidak hanya dipandang sebagai ‘pakaian’ penambah keberhargaan namun juga ornamen superior pendukung status secara moralitas dan juga konstekstualitas. Hal ini memberikan penekanan bahwa sebagai sebuah simbol pernyataan, hubungan antara kebudayaan yang ada di dalam masyarakat dan perhiasan begitu lekat. Tak hanya sebagai simbol, sifatnya yang lekat dengan ketubuhan dengan mudahnya membalut fisik manusia, pun menunjang *fashion*. Ia tidak sekedar menambah dan melengkapi keindahan tubuh, tetapi juga mampu mengkomunikasikan jati diri seseorang. Salah satu seni kriya terapan ini sejatinya merupakan wujud artifaktual dari komunikasi dan nonkomunikasi manusia dengan interpretannya. Komunikasi artifaktual dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang disampaikan secara langsung melalui pakaian, dandanan, barang perhiasan, dan lain

sebagainya di mana hal tersebut juga menyampaikan pesan-pesan non verbal, sebagaimana ia menjadi komunikasi non verbal (Barnard, 2011: vii).

Kayanya keanekaragaman umat manusia, menjadikan perhiasan yang digunakan bermacam-macam dan bervariasi. Pada masyarakat yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai tradisinya seperti yang terdapat pada kelompok-kelompok suku bangsa di Indonesia, pakaian yang digunakan menunjukkan identitas dari suatu suku bangsa. Dalam hal ini perhiasan bukanlah semata-mata sebagai suatu benda materi yang hanya dipakai tanpa memiliki arti apapun. Perhiasan menjadi suatu simbol karena ia memiliki makna, di mana simbol ini dapat ditafsirkan. Makna-makna tersebut merupakan sesuatu yang tidak tampak tetapi dapat dilihat melalui berbagai penafsiran dan pemahaman. Simbol merupakan segala sesuatu (benda, peristiwa, tindakan, ucapan, dan sebagainya) yang telah ditempel arti tertentu. Simbol bukan milik individu, namun milik suatu kelompok masyarakat. Kelompok masyarakat tersebut terdiri dari sekumpulan orang yang memiliki sistem pengetahuan, gagasan, ide, adat kebiasaan serta norma perilaku yang sama, yang diungkapkan dalam tata cara kehidupan manusia yang terwujud dalam benda-benda budaya. Manusia tidak dapat terlepas dari simbol karena manusia adalah binatang yang terjat dalam jaringan-jaringan makna yang ditenunnya sendiri (Geertz:1992). Di setiap waktu dan di segala tempat, manusia selalu berhubungan dengan simbol atau lambang karena ia berpikir, berperasaan, dan bersikap dengan ungkapan-ungkapan simbolis (Herusatoto: 1987). Simbol atau lambang ini merupakan hal yang penting bagi masyarakat pendukungnya. Simbol (lambang) hadir di dalam relung kehidupan manusia karena merupakan salah satu kebutuhan pokoknya, hal inilah yang membedakan keunggulan manusia dengan makhluk lainnya (*animal symbolicum*). Kemampuan manusia menggunakan lambang (simbol) verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata maupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut (Mulyana, Deddy, 2007: 92). Melalui pengalaman visual yang membentuk konsep diri memungkinkan kita mengeluarkan bahasa melalui karya visual sebagai media ekspresi. Dengan banyaknya teori yang terpaparkan diatas, jelas sudah pentingnya penyematan perhiasan sebagai simbol dalam sarana berkomunikasi.

## 2.1 Riset Berbasis Terapan

Penelitian ini sendiri merupakan *practice-based*, dimana obyek material yang dimaksud bukanlah berasal dari contoh-contoh karya yang sudah ada untuk sekadar dianalisis, melainkan didapatkan dari praktik studio mahasiswa Binus University dalam mata kuliah DKV 1. Dalam perjalanannya, penelitian ini akan dijalankan dalam bentuk *classroom / studio*

*research*. Hasil karya akan kembali direfleksikan dan dianalisis berdasarkan kriteria-kriteria untuk menunjukkan bagaimana sebuah objek melalui simbol bekerja melalui makna terselubungnya sehingga hasil penelitian ini sendiri dapat diperluas atau dikembangkan nantinya.

Dalam penelitian ini, metode riset berbasis terapan dirasa cukup tepat untuk diterapkan ke dalam mata kuliah DKV 1, mahasiswa akan melakukan praktik secara langsung untuk mendapatkan pemaknaan dan kepekaan simbol yang tertuang pada karya mereka. Sebagaimana artikel yang ditulis oleh Candy, bahwa bukti orisinalitas dan kontribusi pengetahuan dapat ditinjau dan dinilai berdasarkan hasil karya kreatif yang dapat berupa artefak seperti gambar, musik, desain, model, media digital atau dalam bentuk lainnya seperti pertunjukan dan pameran (Candy, 2006). Penyematan visual perhiasan yang akan dituangkan maknanya oleh mahasiswa tidak hanya sebatas pemahaman perhiasan dalam bentuk kecantikan sehari-hari yang sering kita sematkan sebagai gelang, kalung, anting, cincin, dan lain sebagainya, namun meluas menjadi berbagai macam hal yang melekat pada tubuh.

## **2.2. Metafora Berdasar Pada Pengalaman Budaya**

Sejatinya perhiasan tidak akan lepas dari fungsinya yang mengikat tubuh. Penyematan perhiasan (aksesoris) pada manusia tidak akan lepas dari fungsinya yang bersifat ketubuhan. Peletakkannya yang memanfaatkan tubuh makhluk hidup sebagai manekinnya menjadi unsur penting dalam memaknai sebuah perhiasan. Oleh sebab itu, penyampaian visual dengan menggunakan metafora dianggap tepat sebagai penghantar ide melalui simbol perhiasan. Sebagaimana pengertian metafora itu sendiri adalah pemakaian kata-kata yang berbeda dengan arti yang sebenarnya, secara psikologis dapat dimengerti karena dengan kata yang sedikit samar interpretasi sempat memikirkan kemungkinan secara aktif tentang apa yang dimaksudkan (Djelantik, A.A.M. 2008: “Estetika Sebuah pengantar”). Penggunaan metafora melalui simbol perhiasan diharapkan dapat menjadi perangkat untuk melihat sesuatu dari segi yang lain melalui cara denotatif, konotatif maupun simbolik, sehingga sensifitas dari imajinasi dapat bergerak secara liar. Bila kita melihat metafora sebagai fungsinya yang tak lain untuk menggugah sensifitas seseorang, maka metafora berimplikasi dengan gagasan representasional bahasa, pengalaman, kognitif dan emosional, terutama dalam hubungan sosial seperti cinta (Krippendorff, 2009; “*On Communicating, Otherness, Meaning and Information*”).

Namun dalam proses penciptaan karya, budaya yang melatar belakangi setiap mahasiswa yang menciptakan karya sedikit banyak mempengaruhi kemunculan ide. Semakin

beragam dan besar pengaruh budaya tentunya akan semakin mematangkan ide dan makna yang terekam dalam benak kehidupan mahasiswa tersebut. Kebiasaan maupun perubahan pada lingkungan mempengaruhi proses pembentukan alam pikiran seseorang. Sehingga secara sadar maupun supra sadar, visualisasi dari budaya yang melekat di suatu tempat dapat menjadi inspirasi karya. Di sinilah pengamatan secara independen setiap individu mahasiswa berpengaruh besar terhadap keunikan hasil karyanya.

## **TUJUAN DAN MANFAAT**

### **3.1. Tujuan**

Dengan pengalaman yang didapat baik di luar ataupun di dalam tugas ini, mahasiswa diharapkan mampu memiliki pola pikir *out of the box*, tentunya hal ini sangat dibutuhkan dalam menghadapi persaingan dengan manusia kreatif lainnya, terutama pada saat menghadapi dunia kerja. Selain itu, mahasiswa juga dapat belajar bahwa simbol visual perhiasan yang melekat pada individu memiliki makna yang sangat luas, sehingga ide untuk mengutarakan sesuatu melalui visual tak akan habis bila digali dengan baik. Pun diharapkan riset dengan metode berbasis konseptual ini dapat menjadi salah satu acuan pengembangan bagi mata kuliah DKV 1, yang nantinya dapat berkembang kepada berbagai ilmu inter-disiplin terutama pada sekolah desain komunikasi visual.

### **3.2 Manfaat**

Dalam riset ini, mahasiswa dilatih melakukan proses *brainstorming* dengan menggunakan metode *morphological matrix*. Proses paling awal ini wajib dimiliki oleh manusia terutama yang bergerak dibidang kreatif yang berfungsi untuk memecahkan masalah setiap kliennya. Di dalam riset ini, hasil *brainstorming* akan membantu mahasiswa untuk memecahkan masalah dan menghasilkan karya metafora. Kreativitas tinggi tentulah sangat dibutuhkan pada tahapan awal ini. Untuk mendukung hal ini, proses awal yang akan dilakukan dikelas adalah proses *brainstorming*, sebagaimana manusia yang sejatinya mampu mengeluarkan banyak ide dalam waktu yang sangat cepat berdasarkan pengalaman-pengalaman visual yang teguh berkelindan disalah satu sisi otak, yang telah merekam kejadian-kejadian dimasa lampainya. Hal ini diutarakan langsung didalam buku "*Creativity and The Brain*" bahwa manusia mampu merekam gambar (semantik) dalam otaknya begitu juga dengan bunyi fonem, terutama yang sudah sangat sering didengar atau familiar (Duch: 2012).

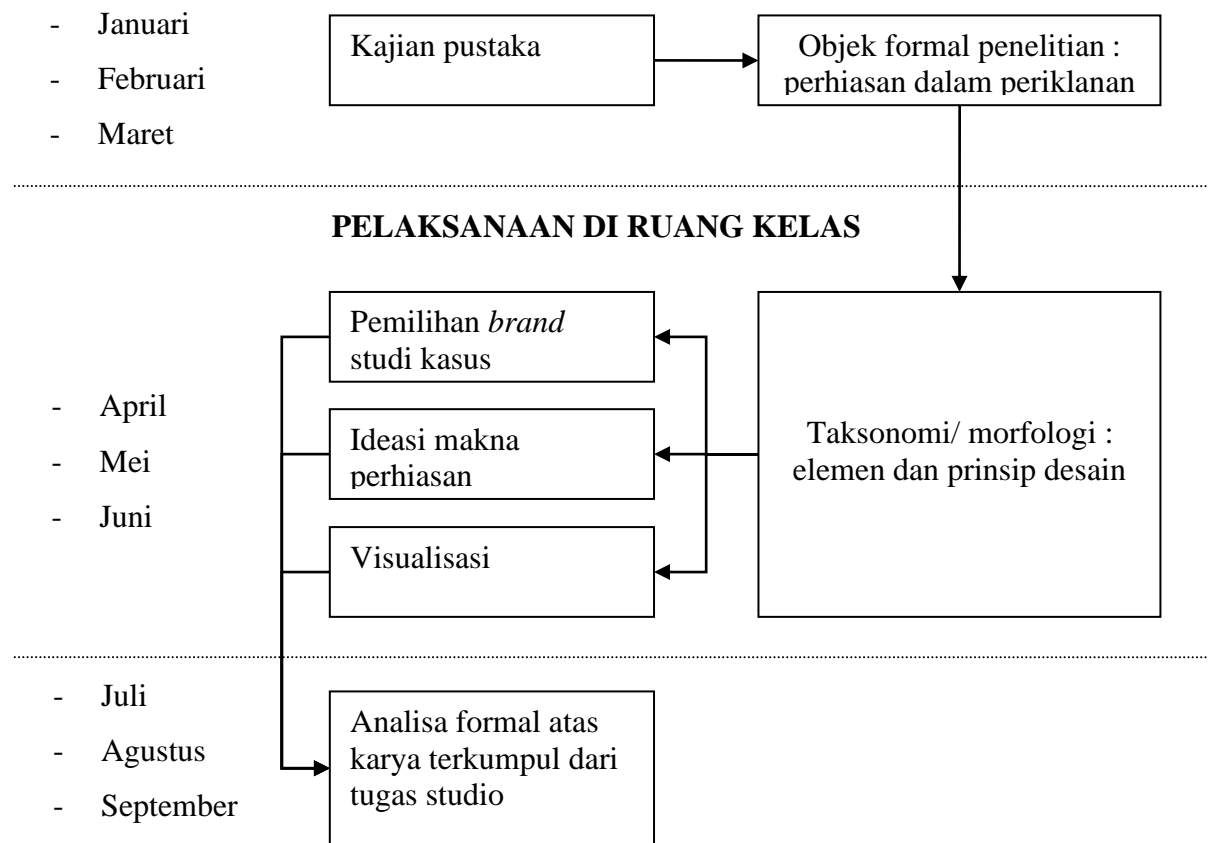


Sedangkan *Brainstorming* itu sendiri adalah metode memikirkan konsep, idea atau solusi baru, *brainstorm* merupakan jenis metode *lateral thinking*, di mana solusi diperoleh dari munculnya ide-ide random (Conklin, 2006: 11-12). *Brainstorming* dianggap mampu membantu melepaskan pemikiran yang sudah terpola dan melihat sesuatu dari sisi yang lain. *Brainstorming* juga bertujuan memperkuat kemampuan alami yang dapat meningkatkan produktivitas.

## METODE

Seperti yang telah peneliti utarakan sebelumnya, penelitian ini akan dipraktikkan dikelas dan dipecahkan langsung oleh mahasiswa DKV 1 dalam menyelesaikan tugas bertemakan Metafora. Mahasiswa diminta untuk mengembangkan ide seliar-liarnya untuk mencapai visual yang bermuatan makna dari simbol yang mereka kerjakan. Mahasiswa diminta meletakkan perhiasan pada objek makhluk hidup untuk memberi makna tertentu pada *brand* terpilih. *Brand* sebelumnya telah sengaja dipilih yang memiliki banyak varian produk perhiasan yang penyematannya mulai dari kepala sampai kaki. Setiap *brand* yang dipilih memiliki ciri khas tersendiri dengan target *market* yang berbeda-beda, yaitu kelas A, B, dan C. Dengan perbedaan varian *brand* yang ada, otomatis juga menelurkan makna yang beragam, tentunya perbedaan ini berasal dari pengalaman visual akan budaya yang selama ini mereka lihat dan jalani.

Untuk mencapai hal ini, dijalankan pula melalui studi pustaka, dan penelitian langsung terhadap mahasiswa DKV 1 dikelas. Mahasiswa terlebih dahulu akan mengkaji *brand* dan apa saja doktrin yang telah melekat pada *brand* tersebut. Selanjutnya, penyematan perhiasan pada makhluk hidup yang mereka pilih akan membawa makna yang ingin mereka sampaikan dalam bentuk visual. Pemakaian elemen dan prinsip-prinsip fundamental dalam desain, dilanjutkan dengan proses ideasi dan visualisasi oleh mahasiswa telah dilakukan dikelas DKV 1 sepanjang satu semester. Pada tahap akhir, akan dilakukan kurasi, refleksi, dan analisis atas karya-karya orisinal tersebut untuk dikaji kembali keterkaitan makna dengan elemen-elemennya. Bagan alur penelitian sendiri akan berbentuk seperti di bawah ini:



Untuk praktek dikelas selanjutnya, hasil visualisasi sendiri akan bersifat analog (manual) untuk hasil akhir pada objek melalui serangkaian komposisi visual dua dimensi. Karya selanjutnya akan di analisa dan diklasifikasikan berdasarkan *brand* yang diusung dan dipilih berdasarkan ketepatan penyampaian makna oleh mahasiswa, untuk ditampilkan sebagai bahan riset.

## HASIL YANG DICAPAI

Metode riset terapan dilakukan dalam beberapa tahapan proses. Pada tahap awal, dosen memberikan materi kuliah dengan judul “Metafora”. Dimana tahap ini mahasiswa diminta untuk membuat sebuah karya, dengan cara memberi makna pada setiap tanda (objek) yang mereka akan hadirkan pada karya. Tujuan utama mengerjakan karya ini tentu saja sebagai salah satu latihan dalam proses pemecah masalah (*problem solving*), karena sejatinya seorang desainer akan mencari solusi dari kebutuhan kliennya melalui komunikasi yang ditampilkan dalam bentuk visual. Didalam karya ini, mahasiswa boleh menggunakan makna yang tersusun secara denotatif maupun konotatif. Makna yang disampaikan secara denotatif tentu saja memiliki sifat langsung dan eksplisit, tanpa perlu menebak-nebak bagi interpretannya.

Sedangkan karya konotatif memiliki ciri yang lebih unik, karena disampaikan secara tidak langsung, abstrak, dan implisit, karena itulah karya yang bersifat konotatif biasanya lebih menarik dan bermuatan kejutan.

Walaupun membutuhkan proses ideasi yang terkonsep dengan baik, mahasiswa diminta untuk tak lupa memikirkan hasil akhir berbasiskan prinsip desain yang telah diajarkan pada semester satu, agar tercipta karya yang bervisual baik. Setelah memberikan materi metafora, dosen memberikan pengenalan mengenai perhiasan sebagai wujud komunikasi di dalam kehidupan melalui slide dan juga penjelasan secara langsung. Hal ini sangatlah penting mengingat perhiasan yang banyak orang kenal justru sangatlah sempit jumlah dan fungsinya. Setelah diberikan beberapa contoh perhiasan yang notabene dikenal sebagai aksesoris pada kalangan tertentu, mahasiswa diminta mencari pelbagai jenis perhiasan dalam bentuk kelompok. Tujuan pengelompokan ini tentu saja agar terjadi keragaman bentuk perhiasan dan peletakkannya pada tubuh. Mahasiswa bebas memilih objek tumbuhan ataupun manusia, dalam menyematkan perhiasan tersebut.

Hasil analisa dibagi menjadi 2 tahapan, yaitu karya yang memakai makna konotatif dan makna denotative, dimana visual diterapkan sebagai kaca mata analisis yang berbasis obyek formal penelitian.

Untuk tahapan selanjutnya, peneliti akan menampilkan dan menjabarkan hasil analisa dari karya setiap mahasiswa yang terlebih dahulu telah dipilih. Karya-karya tersebut telah dihasilkan pada akhir semester genap, pembelajaran tahun 2018. Pemilihan karya didasarkan pada kualitas ketentuan penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, tak lupa kualitas secara visual yang memiliki prinsip desain yang tersusun dengan baik.

Karya-karya dibawah ini sarat makna, beberapa karya bahkan berisikan protes dari penemuan data dan fakta-fakta yang didapat. Mahasiswa diawal tugas diharuskan untuk menyelidiki fakta-fakta penting apa saja yang mereka bisa angkat untuk selanjutnya dituangkan kedalam karya. Banyak hal unik, baik positif, maupun negatif akhirnya terkuak pada karya-karya dibawah ini. Berikut hasil visual yang telah dipilih untuk selanjutnya diberikan analisa laporan yang pada laporan hibah berikutnya akan dibagi menjadi 2 bagian:

### **Hasil Karya Metafora Dengan Solusi Denotatif**

Denotatif memiliki sifat penyampaian langsung, lugas, dan tegas. Hal ini jelas diperlihatkan oleh Alitia Zora dengan karya metafora yang ditampilkan dengan visual kepala macan tutul yang diawetkan, macan tutul tersebut memakai kalung permata berwarna merah yang ukurannya cukup besar. Macan tutul yang mengenakan perhiasan ini ditaruh pada papan

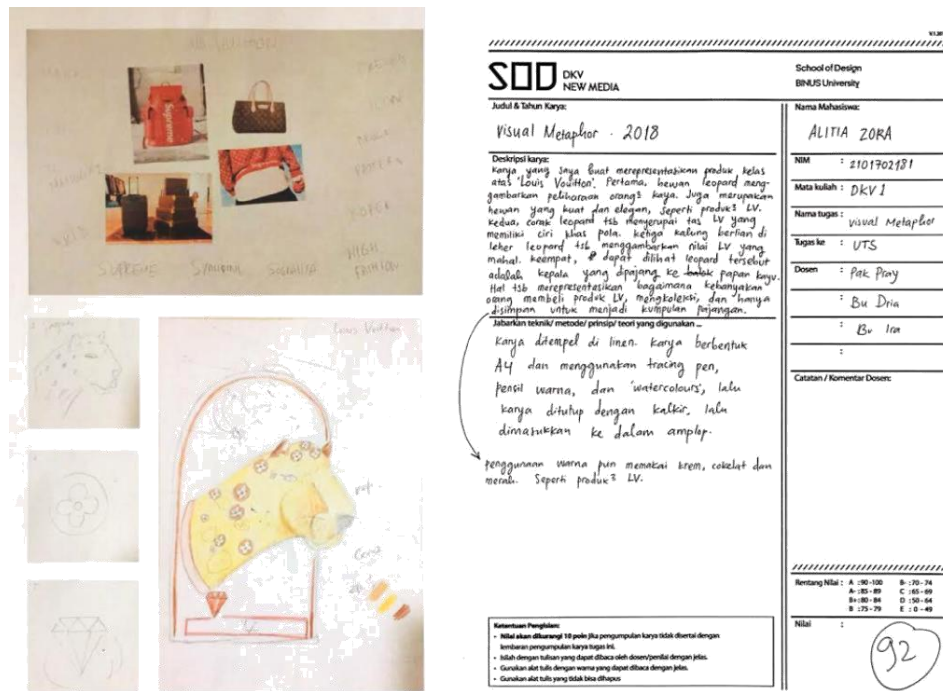
kayu yang berfungsi sebagai pajangan dan biasanya diletakkan pada dinding ruangan sebagai dekorasi eksklusif.

Pada karya ini, macan tutul divisualisasikan sebagai binatang peliharaan yang bermakna “hanya dimiliki oleh orang kaya”. Sebagaimana yang kita ketahui, memelihara hewan buas cukup sulit. Selain jarang ditemukan pada pasar bebas, binatang inipun dilindungi oleh pemerintah. Hanya orang-orang dengan kekayaan diatas rata-ratalah yang mampu mendapatkan hewan tersebut. Sedangkan denotasi dari penyematan permata tentunya sebagai penyampaian bahwa permata adalah sesuatu yang mahal, barang berharga yang hanya mampu dimiliki oleh orang dengan keungan yang berlebih. Untuk papan kayu yang menjadi sandaran kepala macan, hal ini merupakan representasi dari barang yang dikoleksi atau hanya untuk kepentingan dekorasi semata.

Adalah Louis Vitton, sebuah merek dagang ternama, brand internasional ini telah mendunia dengan ciri khas pola yang disematkan pada produknya. Brand ini masuk kedalam kategori kelas A plus, dimana hal ini menjadikan semua produk keluaran brand Louis Vitton menjadi eksklusif, hanya orang dengan penghasilan tertentu saja yang mampu membelinya. Disinilah pemaknaan denotative dari perhiasan berupa permata menjadi tolak ukur penting dalam penyematan karya dibawah. Bila pemaknaan hanya berupa macan tutul saja sebagai pajangan, maka ciri khas target market brand Louis Vitton akan menjadi kurang mengena.



Gambar 1. Metafora Alitia Zora



Gambar 2. Sketsa brainstorming, morphological matrix, dan konsep metafora Alitia Zora.

Pada karya denotatif yang kedua, tampak visual dari seekor buaya yang disederhanakan bentuknya sehingga terkesan lucu dan imut. Mata dibuat besar dan berbinar-binar untuk menambah kesan imut. Penyematan aksesoris terlihat dengan adanya topi kerucut dengan sentuhan warna warni, dengan penambahan visual balon dan es krim yang dipegang oleh tokoh buaya.

Pemaknaan dari metafora yang ditampilkan oleh Amanda Varianti menunjukkan bahwa produk ini berhubungan dengan tokoh buaya, namun dengan lihaihnya ia modifikasi agar buaya tersebut terlihat menggemaskan. Ditambah dengan pemakaian topi warna warni yang sering kita lihat pada perayaan ulang tahun anak-anak. Disini pemaknaan aksesoris pada tokoh mengukuhkan bahwa produk walaupun kuat namun bersifat *friendly*, secara tidak langsung kesan nyaman pada saat dikenakanpun tercapai.



## **Hasil Karya Metafora Dengan Solusi Konotatif**

Untuk hasil karya yang divisualkan dengan cara konotatif yang bersifat tidak lugas penyampaian kepada audience, maka penyematan perhiasan menjadi semakin kompleks. Makna yang tersirat harus dengan tepat terbaca, sehingga pemakain perhiasan sebagai objek pamungkas menjadi teramat penting. Makna perhiasan haruslah tepat dan disesuaikan dengan logika budaya yang melihatnya. Walaupun perhiasan yang disematkan memiliki arti yang cukup general, namun makna yang disampaikan cukup dalam. Salah satunya ada pada karya mahasiswa yang bernama Nieco Aldoni berikut.

Pada karya dibawah, dapat kita lihat sebuah globe dan bola basket transparan, kedua benda ini digabung sedemikian rupa sehingga membentuk pola yang sama dengan bola basket yang terbentuk secara transparan. Gabungan bola basket dan globe ini ditopang oleh beberapa orang yang selanjutnya diekspose pada bagian tulang dari tubuh mereka. Untuk mengukuhkan visual dari tulang yang berwarna kehitaman, orang-orang tersebut hanya memakai sehelai kain putih dari bagian pinggang sampai dengan lutut. Dibagian pergelangan tangan terlihat aksesoris pertama berupa rantai yang mengikat pergelangan tangan mereka. Baik globe dan bola basket serta orang-orang yang ditangannya memiliki rantai ini, diberi sentuhan warna pucat dan warna warna gelap lainnya yang menghasilkan ambience suram. Tidak sampai disitu, pada bagian paling bawah dari globe beserta orang-orang yang menopangnya, terlihat visual yang cukup kontras. Beberapa tangan yang diwarnai cerah, tangan-tangan ini pun diberi perhiasan berupa jam tangan berbahan emas, gelang, dan juga cincin emas. Warna tangan divisualkan tidak sama, ada yang memiliki warna coklat, putih, dan juga kuning. Tangan-tangan ini terlihat cukup terawat dengan adanya visual kuteks pada beberapa jari tangan tersebut.

Adalah sebuah merk sepatu yang sangat mendunia, yaitu Nike. Siapa yang tidak mengetahuinya, mulai dari atlit hingga orang biasa pun bangga apabila memiliki sepatu dengan harga diatas rata-rata ini. Namun, dibalik kesuksesan brand Nike, ada banyak pemberitaan miring yang menerpa, dan hal tersebutlah yang diangkat pada karya ini. Makna yang terkandung pada karya ini cukup dalam. Hal yang diangkatpun tidak main-main. Brand Nike yang mendunia dan banyak dipakai oleh atlit cabang olah raga basket jeans terlihat secara visual, namun makna konotatif mulai ditampilkan oleh orang-orang yang menopang Brand tersebut.

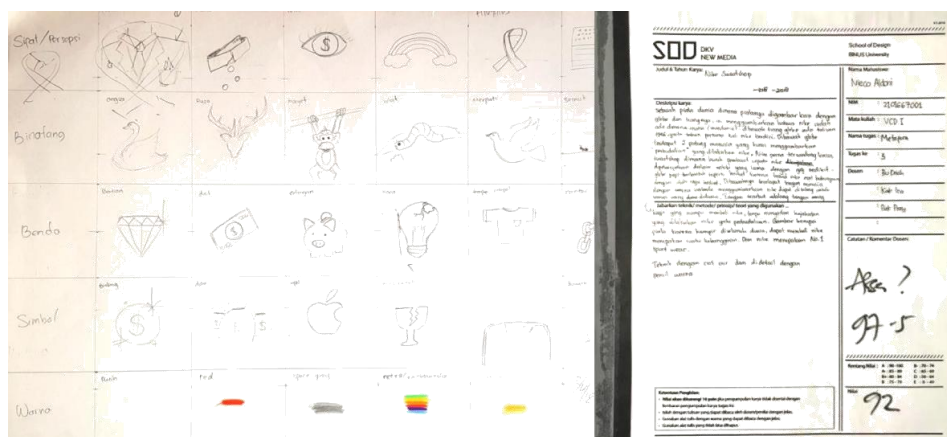
Visual orang dengan bagian tulang yang diekspose merupakan makna dari pekerja-pekerja Brand Nike yang konon kabarnya dipekerjakan diluar jam yang sepatutnya. Eksploitasi buruh cukup terdengar kencang beberapa tahun belakangan. Hal inipun dikukuhkan dengan pemakaian borgol berantai yang memaknakan kekang. Buruh yang



dipekerjakan seolah-olah dipaksa melakukan pekerjaan diluar kemampuan manusia. Namun visual pada baga bawah sangatlah kontras, tangan yangterlihat mulus dan mengenakan perhiasan sangatlah mengukuhkan pemaknaan dari target market dari brand Nike yang merupakan kelas atas. Jam tangan emas, cincin, serta gelang emas yang disematkan merupakan benda penting yang menjadikan makna dari brand Nike ini tidak hanya mahal, namun jugamenunjukkn kontransnya pekerja pembuat sepatu Nike dan Pemkai sepatu premium ini.



Gambar 5. Metafora Nieco Aldoni



Gambar 6. Sketsa brainstorming, morphological matrix, dan konsep metafora Nieco Aldoni



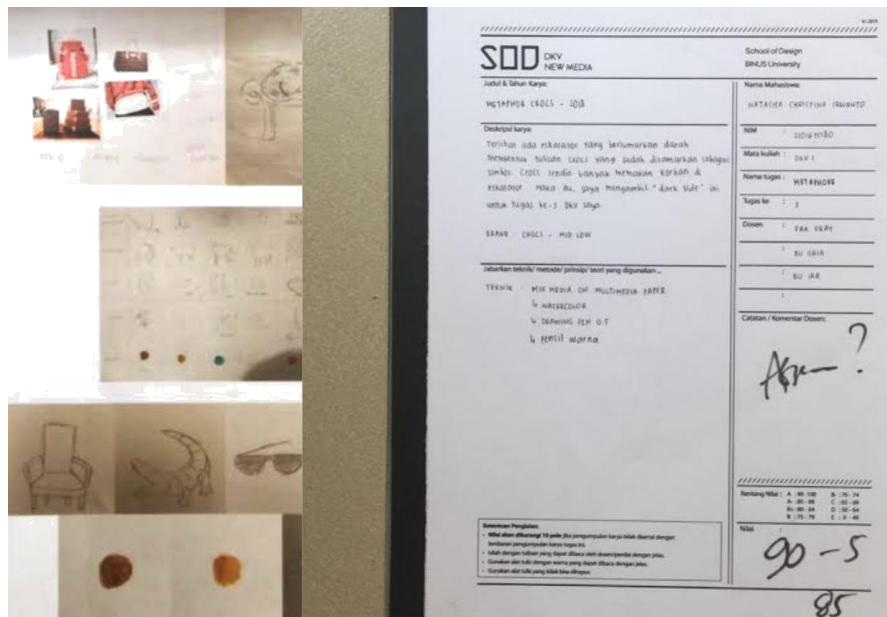
Metafora dengan tampilan konotatif juga diperlihatkan pada karya Nastasya Cristine dibawah. Dengan Visual seekor buaya berkulit tidak biasa, yaitu berwarna coklat dan memiliki logogram disekujur tubuhnya. Ia menambahkan kacamata hitam sebagai identitas sang buaya. Buaya tersebut duduk santai di sebuah kursi ukir mewah berwarna merah dengan aksen emas, dimana terdapat beberapa kantung emas pada sisi kepala buaya.

Buaya sendiri adalah binatang yang diangkat oleh Nastasya Cristine sebagai ‘aksi protes’-nya terhadap kekejaman brand pengusung tas Lois Vitton yang sangat mendunia. Ia mengambil sisi gelap dari kenyataan bahwa tas mahal tersebut memakan banyak sekali korban dari binatang buaya, untuk diambil kulitnya dan dijadikan bahan utama dari tas besutan brand ini. Identitaspun diberikan secara konotatif melalui kacamata hitam yang dipakai oleh tokoh utama. Pehiasan berupa kaca mata hitam dianggap mampu merepresentasikan sikap dan sifat dari pemakai brand eksklusif ini. Hal ini juga didukung oleh kursi mewah dan ‘isi dompet’ yang divisualkan.

Pada saat pertemuan dikelas, dosen membebaskan mahasiswa untuk mengangkat tema apapun yang terkait dengan penemuan yang berhubungan dengan tugas metafora. Sehingga mahasiswa juga bebas menyuarakan temuan tersebut, baik fakta-fakta positif maupun negative. Tak pelak perhiasan pun turut menjadi pendukung dari isu negative yang ditampilkan, untuk memberikan stigma yang dianggap sesuai oleh pencipta karya. Dalam kasus brand Louis Vitton ini, yang diangkat adalah image negatif berdasarkan temuan yang dilakukan oleh mahasiswa.



Gambar 7. Metafora Nastasha Cristine



Gambar 8. Sketsa brainstorming, morphological matrix, dan konsep metafora Nastasha Cristine

Hasil karya konotatif lainnya ditunjukkan pada karya Zanira Sultana dibawah ini. Banyaknya visual dengan konotasi yang berbeda-beda membuat karya ini menjadi sebuah cerita narasi yang cukup menarik. Tampak dibawah sebuah keranjang harta karun yang berisikan bertumpuk perhiasan. Mulai dari tas, kalung, gelang, gesper, sepatu, kacamata, dan masih banyak lagi. Warna barang-barang yang terdapat pada peti harta karun didominasi oleh emas, merah dan hijau. Terlihat pulaisi dari kotak harta karun ini tengah diperebutkan oleh banyak pergelangan tangan. Uniknya, setiap tangan memiliki warna tangan yang berbeda-beda, dengan pemakaian aksesoris (perhiasan) yang berbeda-beda pula. Ada tangan berwarna putih, kuning, coklat, ada pula yang terlihat kusam dan memperlihatkan tulang tangan dengan sangat jelas.

Cerita dibalik karya Zanira cukup padat. Ia mengusung Brand Gucci yang sangat populer dengan produk perhiasan dan aksesorisnya yang mahal dan berkkelas. Identitas brand ditampilkan dengan warna yang didominasi oleh emas, merah, dan hijau yang menjadi identitas brand Gucci. Visual tangan yang memiliki warna yang berbeda-beda menyimbolkan keberagaman, universalitas dari brand yang nyata berdiri jumawa diberbagai belahan dunia. Zanira merepresentasikan harta karun dengan dominasi warna emas untuk menyimbolkan keberhargaan dari setiap produk yang diciptakan sebagai koleksi terbatas. Visual rantai yang dilekatkan pada tangan dengan warna kusam dan sangat menonjolkan tulang, ditampilkan untuk memberi makna yang cukup mendalam. Brand ini memiliki harga jual yang sangat

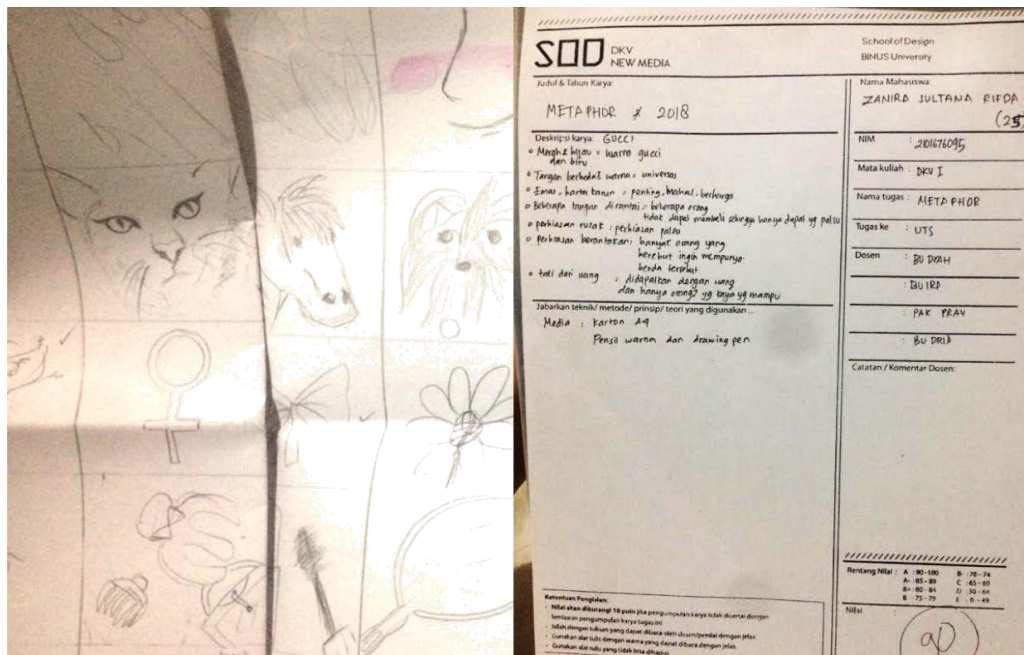
mahal, sehingga hanya orang-orang berkocek tebal yang mampu memilikinya. Sedangkan bagi sebagian orang yang belum mampu namun sangat ingin memiliki, maka mereka akan menggunakan berbagai macam cara untuk memilikinya, termasuk dengan membeli produk KW yang dianggap mirip dengan produk keluaran Gucci asli.

Pada kenyatannya produk ini memang hadir dengan kualitas yang sangat beragam di pasaran Indonesia. Produk palsu ini juga ditampilkan Zanira melalui simbol kalung yang rusak dan berhamburan disekelilingnya. Hal ini jelas menyatakan bahwa produk KW sangatlah tidak awet dalam pemakaiannya. Pun dengan mahalnnya produk Gucci, bagi beberapa orang pencinta brand tersebut tidak akan ragu untuk memperebutkan keluaran koleksi terbatasnya, makna konotatif ini tertuang pada visual tangan yang memegang tali berupa gulungan uang.

Dai narasi diatas, secara spesifik pemakaian perhiasan tampak dibeberapa tempat, seperti pada tangan berkulit putih dengan penampilan tangan yang terlihat baik, untuk memaknakan si pemilik tangan adalah orang dengan kocek tebal. Perhiasan lainya juga terlihat pada isi dari harta karun yang memaknakan mahal, penting, dan penanda keberhargaan. Perhiasan lainya yang cukup unik divisuakan dengan borgol yang menekang tangan yang bervisual kusam, hal ini jelas memaknakan sang pemilik borol adalah orang dengan kocek terbatas, namun masih saja meninginkan produk dari brand Gucci.



Gambar 9. Metafora Zanira Sultana



## KESIMPULAN

Merujuk pada hasil karya, setelah melewati proses awal dari kreatifitas yang dilakukan ditahap *brainstorming*, banyak mahasiswa yang sudah mampu memetaforakan perhiasan menjadi berbagai pesan simbolisasi. Makna dari simbol yang divisualisasikanpun sangat beragam, sebagai gender, status masyarakat, sampai dengan lambang kewarganegaraan. Hal ini tentunya sangat baik dan juga menarik untuk pengembangan konsep ideasi yang akan mereka gunakan dalam media beriklan kedepannya. Sedikit banyak, perhiasan yang diaplikasikan pada objek telah mengasah kemampuan mereka untuk berfikir setingkat lebih tinggi, bahwa begitu banyak cara yang dapat dilakukan untuk menyampaikan sebuah pesan secara denotative maupun konotatif. Melalui permainan visual yang mereka rancang, perhiasan yang melekat pada objek secara langsung telah menjadi bagian dari pesan komunikasi yang disampaikan kepada target *audience*.

Proses pembuatan tugas metafora dengan menyematkan perhiasan pada berbagai objek diatas sangat menarik, baik mahasiswa maupun dosen mau tak mau meningkatkan level berfikir untuk lebih kreatif dari pola tugas yang sama dan sudah diterapkan pada semester-semester sebelumnya. Dikelas, baik mahasiswa maupun rekan dosen harus mengerti betul konsep dan capaian akhir. Proses *brainstorming* dengan metode *morphological matrix* tak pelak menjadi kunci sukses dalam pengembangan konsep karya. Dosen harus mampu menggali setiap arti dan fungsi dari perhiasan yang mahasiswa ajukan agar menjadi simbol

yang menarik. Dibutuhkan kerjasama yang baik antar tim dosen dan pemahaman yang bersinergi, agar hasil konsep tugas mahasiswa dapat tertuang dengan baik dan tidak terlihat dipaksakan. Saran penulis, konsep penyematan perhiasan sebagai simbol dapat diaplikasikan pada kelas DKV 1 dan kelas paralel lainnya, terutama yang bersifat metafora. Dalam hal ini, dibutuhkan kesepakatan bersama antar tim dosen agar mahasiswa dapat terbimbing dengan baik, dan menelurkan karya yang tidak hanya indah, namun tepat dalam fungsi komunikasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Candy, Linda. (2006) *Practice Based Research: A Guide*. CCS Report, VI.
- Conklin, Wendy. 2006. *Instructional Strategies for Diverse Learners*. Huntington Beach, CA: Shell Education.
- Djelantik, A.A.M. 1999. *Estetika: sebuah pengantar*. Jakarta: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia (MSPI).
- Krippendorff, Klaus. 2009. *On Communicating: Otherness, Meaning, and Information*. New York and London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Kunz, George Frederick. 2015. *The Magic of Jewels and Charms: Scholar's Choice Edition*. USA: Bibliolife.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Richter, Anne. 1994. *Arts and Crafts of Indonesia*. San Fransisco: Chronicle Books.
- Untracht, Oppi. 2011. *Jewelry Concepts and Technology*. USA: Doubleday & Company, Inc. Mei 2015.

## Bibliografi Penulis

Yusaira farhia S.Sn M.Sn, lahir di Pontianak Kalimantan Barat pada tanggal 18-5-1983. Menempuh pendidikan S1 di Universitas Bina Nusantara jurusan Disain Komunikasi Visual pada tahun 2005, dan menyelesaikan program Magisternya di Pasca Sarjana IKJ jurusan Seni Urban dan Budaya pada tahun 2016. Setelah menjadi seorang desainer grafis di beberapa perusahaan dari tahun 2006 sampai dengan 2009, akhirnya memantapkan diri untuk menjadi pengajar tetap di School of Design Universitas Bina Nusantara sebagai dosen jurusan New media sampai dengan sekarang. Penulis memiliki ketertarikan penelitian di dunia seni dan desain, terutama yang menyentuh ranah psikologi dan persoalan semiotika dan kesehatan mental didalamnya.

Beberapa karya ilmiahnya antara lain “Kajian Semiotik Melalui Tampilan Mitos Feminitas dan Maskulinitas Keluarga Urban Pada iklan Tokobagus.com Versi Barang Tak Terpakai” (jurnal humaniora, Bina Nusantara, 2014), “Pergeseran Makna Brand Ambassador Dari Era Indies (1920-1940an) ke Era Modern (2000 hingga sekarang) Didalam Iklan Cetak Bertema keluarga” (jurnal humaniora, Bina Nusantara, 2014), dan masih banyak lagi.

Sedangkan beberapa prestasi dan penghargaan yang diraih antara lain: *Best Inspiring Volunteer for the noble contribution to the enhancement of ITP Survivor's health and independence* (Kementrian pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak republik Indonesia, 2015), Partisipasi Sebagai Pemateri dalam acara Berburu Berkah Ramadhan III (Kandank Jurank Doank, Ciputat, 2016), dll.

Untuk pengembangan penelitian dan alamat afiliasi, dapat menghubungi penulis diemail: [yusaira@binus.ac.id](mailto:yusaira@binus.ac.id) dan [yusaira.f@gmail.com](mailto:yusaira.f@gmail.com), sedangkan alat lengkap surat menyurat dapat dikirim ke: Komplek Bukit Rivaria, Sektor 4, Blok D4 No.1, Sawangan, Depok, Jawa Barat.